

## บทที่ 4

### ผลการวิจัย

ในบทนี้เป็นการเสนอรายงานผลการวิจัยในเรื่อง "การเปิดรับสื่อ ความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมกรรมการออมของชาวชนบทในจังหวัดสุรินทร์" โดยได้แบ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นการวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) โดยใช้สถิติ ร้อยละ ความถี่ และค่าเฉลี่ย เพื่ออธิบาย

1. ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง
2. พฤติกรรมการเปิดรับการสื่อสารทั่วไป
3. พฤติกรรมการเปิดรับการสื่อสารในเรื่องการออม
4. ระดับความรู้ของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับการออม
5. ระดับทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับการออม
6. พฤติกรรมการออม
7. เหตุผลที่กลุ่มตัวอย่างมีการออม และไม่มีการออม

ตอนที่ 2 เป็นการทดสอบสมมติฐาน (Hypothesis Testing) โดยใช้สถิติในการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์โดยวิธีของ Pearson เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง

1. การเปิดรับจากสื่อมวลชนกับความรู้เกี่ยวกับการออม
2. การเปิดรับเอกสารสิ่งพิมพ์กับความรู้เกี่ยวกับการออม
3. การเปิดรับการสื่อสารจากการสื่อสารระหว่างบุคคลกับความรู้เกี่ยวกับการออม
4. การเปิดรับสื่อมวลชนกับทัศนคติเกี่ยวกับการออม
5. การเปิดรับเอกสารสิ่งพิมพ์กับทัศนคติเกี่ยวกับการออม
6. การเปิดรับการสื่อสารจากการสื่อสารระหว่างบุคคลกับทัศนคติเกี่ยวกับการออม
7. การเปิดรับสื่อมวลชนกับพฤติกรรมการออม
8. การเปิดรับเอกสารสิ่งพิมพ์สื่อเฉพาะกิจกับพฤติกรรมการออม

9. การเปิดรับการสื่อสารจากการสื่อสารระหว่างบุคคลกับพฤติกรรมการออม
10. การเปิดรับสื่อทุก ๆ สื่อกับความรู้เกี่ยวกับการออม
11. การเปิดรับสื่อทุก ๆ สื่อกับทัศนคติเกี่ยวกับการออม
12. การเปิดรับสื่อทุก ๆ สื่อกับพฤติกรรมการออม

## ผลการวิจัย

### ตอนที่ 1 การวิเคราะห์เชิงพรรณนา

#### 1. ลักษณะทั่วไปทางด้านประชากร

จากการสำรวจการเปิดรับการสื่อสารของชาวชนบทในอำเภอเมือง จังหวัดสุรินทร์ โดยวิธีการสุ่มตัวอย่าง และได้จำนวนตัวอย่างทั้งหมด 416 ตัวอย่าง สรุปได้ดังนี้

เพศ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษานี้ เป็นเพศชาย 281 คน คิดเป็นร้อยละ 67.5 และเพศหญิง 135 คน คิดเป็นร้อยละ 32.5 (ตารางที่ 5 ภาคผนวก ก.)

ฐานะในครอบครัว แบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม คือ หัวหน้าครอบครัว จำนวน 257 คน คิดเป็นร้อยละ 61.8 สมาชิกในครอบครัว จำนวน 148 คน คิดเป็นร้อยละ 35.6 ญาติ จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.4 และอื่น ๆ จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.2 (ตารางที่ 6 ภาคผนวก ก.)

อายุ เนื่องจากขอบเขตของการวิจัยจำกัดเฉพาะประชาชนที่มีอายุ 25 ปีขึ้นไป เป็นกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยจึงได้ทำการจัดแบ่งกลุ่มออกเป็น 5 กลุ่ม คือ

กลุ่มที่มีอายุ 25-35 ปี จำนวน 141 คน คิดเป็นร้อยละ 33.9 ผู้ที่มีอายุ 36-45 ปี จำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 33.2 ผู้ที่มีอายุ 46-55 ปี จำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 21.1 ผู้ที่มีอายุ 56-65 ปี จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 9.4 และผู้ที่มีอายุ 66 ปีขึ้นไป จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.4 (ตารางที่ 7 ภาคผนวก ก.)

ระดับการศึกษา แบ่งออกเป็น 7 ระดับ คือ ไม่เคยเรียนหนังสือ จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 3.8 ระดับ ป.1 ถึง ป.6 หรือเทียบเท่า จำนวน 258 คน คิดเป็นร้อยละ 62.0 ระดับ ม.1 ถึง ม.3 หรือเทียบเท่า จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 12.7 ระดับ ม.4 ถึง ม.6 หรือเทียบเท่า จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 9.4 ระดับอนุปริญญาหรือเทียบเท่า จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5.3 ระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.0 และอื่น ๆ จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.7 (ตารางที่ 8 ภาคผนวก ก.)

อาชีพ แบ่งออกเป็น 7 กลุ่ม โดยถืออาชีพหลักเป็นสำคัญ คือ ทำนา ทำไร่ ทำสวน เลี้ยงสัตว์ จำนวน 312 คน คิดเป็นร้อยละ 74.9 ค้าขาย จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 6.5 พนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.3 รับจ้างทั่วไป จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 6.5 รับราชการจำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 4.6 พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.2 และอื่น ๆ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0 (ตารางที่ 9 ภาคผนวก ก.)

สถานภาพสมรส แบ่งออกเป็น 5 กลุ่ม คือ โสด จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 14.7 แต่งงาน จำนวน 335 คน คิดเป็นร้อยละ 80.5 หย่า จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0 คู่สมรสถึงแก่กรรม จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 3.8 และอื่น ๆ จำนวน 0 คน คิดเป็นร้อยละ 0 (ตารางที่ 10 ภาคผนวก ก.)

รายได้ แบ่งออกเป็น 6 กลุ่ม คือ รายได้เฉลี่ยต่อปี ต่ำกว่า 50,000 บาท จำนวน 251 คน คิดเป็นร้อยละ 60.3 50,000 ถึง 100,000 บาท จำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 26.2 100,001 ถึง 150,000 บาท จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.2 150,001 ถึง 200,000 บาท จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.1 200,001 ถึง 250,000 บาท จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.8 และ 250,001 บาทขึ้นไป จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.4 (ตารางที่ 11 ภาคผนวก ก.)

ที่มาของรายได้ส่วนใหญ่ แบ่งออกเป็น 5 กลุ่ม คือ การเกษตร จำนวน 335 คน คิดเป็นร้อยละ 80.5 กิจการของตนเอง จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 11.7 ค่าจ้างแรงงาน จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 25.9 เงินเดือน จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 13.2 และอื่น ๆ จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 4.8 (ตารางที่ 12 ภาคผนวก ก)

ทรัพย์สินที่เป็นเจ้าของ แบ่งออกเป็น 13 รายการ และคิดเปอร์เซ็นต์แต่ละรายการจากกลุ่มตัวอย่าง 416 คน คือ บ้าน จำนวน 351 คน คิดเป็นร้อยละ 84.4 ที่ดินจำนวน 306 คน คิดเป็นร้อยละ 73.6 รถยนต์หรือรถกระบะ จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 14.7 รถจักรยานยนต์ หรือรถจักรยานสองล้อ จำนวน 261 คน คิดเป็นร้อยละ 62.7 รถอีแต่นหรือรถไถเดินตาม จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 21.4 ตู้เย็น จำนวน 191 คน คิดเป็นร้อยละ 45.9 โทรทัศน์ จำนวน 307 คน คิดเป็นร้อยละ 73.8 วิทยุหรือเครื่องเสียง จำนวน 254 คน คิดเป็นร้อยละ 61.1 วิทยุสื่อสารหรือโทรศัพท์มือถือ จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 5.8 โทรศัพท์ประจำบ้าน จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 8.9 เครื่องปรับอากาศ จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 5.5 ทองคำและเครื่องประดับมีค่า จำนวน 141 คน คิดเป็นร้อยละ 33.9 และอื่น ๆ จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.7 (ตารางที่ 13 ภาคผนวก ก.)

มูลค่ารวมของทรัพย์สิน แบ่งออกเป็น 6 กลุ่ม คือ ต่ำกว่า 100,000 บาท จำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 34.8 100,001 ถึง 300,000 บาท จำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 31.3 300,001 ถึง 500,000 บาท จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 18.3 500,001 ถึง 700,000 บาท จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.3 700,001 ถึง 900,000 บาท จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.3 และ 900,001 บาทขึ้นไป จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.0 (ตารางที่ 14 ภาคผนวก ก)

2. การเปิดรับการสื่อสารโดยทั่วไป จำแนกตามประเภทของสื่อชนิดต่าง ๆ ดังนี้

สื่อวิทยุ จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 416 คน พบว่ามีผู้ที่ฟังวิทยุจำนวน 364 คน คิดเป็นร้อยละ 87.5 และผู้ที่ไม่ฟังวิทยุ จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 12.5 (ตารางที่ 15 ภาคผนวก ก.)

สำหรับความบ่อยครั้งในการฟังวิทยุในเรื่องทั่ว ๆ ไปนั้น ส่วนใหญ่จะฟังวิทยุทุกวัน จำนวน 245 คน คิดเป็นร้อยละ 58.9 ฟัง 3 ถึง 6 วัน ต่อสัปดาห์ จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 13.7 ฟัง 1 ถึง 2 วันต่อสัปดาห์ จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 11.3 ฟัง 8 ถึง 10 วันต่อครั้ง จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.7 และนานกว่านั้น จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 1.9 (ตารางที่ 16 ภาคผนวก ก.)

ส่วนระยะเวลาในการฟังวิทยุในแต่ละครั้ง มีดังนี้ มากกว่า 3 ชั่วโมง จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 12.5 มากกว่า 2 ถึง 3 ชั่วโมง จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 7.9 มากกว่า 1 ถึง 2 ชั่วโมง จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 17.1 30 นาที ถึง 1 ชั่วโมง จำนวน 154 คน คิดเป็นร้อยละ 37.0 และน้อยกว่า 30 นาที จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 11.3 (ตารางที่ 17 ภาคผนวก ก.)

สื่อโทรทัศน์ จากจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 416 คน พบว่ามีผู้ดูโทรทัศน์ จำนวน 387 คน คิดเป็นร้อยละ 93.0 และผู้ที่ไม่ดูโทรทัศน์ จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 7.0 (ตารางที่ 23 ภาคผนวก ก.)

สำหรับความบ่อยครั้งในการดูโทรทัศน์ในเรื่องทั่ว ๆ ไปนั้น ส่วนใหญ่จะดูทุกวันจำนวน 310 คน คิดเป็นร้อยละ 74.5 ดู 3 ถึง 6 วัน ต่อสัปดาห์ จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 9.9 ดู 1 ถึง 2 วันต่อสัปดาห์ จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.0 ดู 8 ถึง 10 วันต่อครั้ง จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.4 และนานกว่านั้นจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.2 (ตารางที่ 24 ภาคผนวก ก.)

ส่วนระยะเวลาในการดูโทรทัศน์ในแต่ละครั้ง มีดังนี้ มากกว่า 3 ชั่วโมง จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 24.0 มากกว่า 2 ถึง 3 ชั่วโมง จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 16.8 มากกว่า 1 ถึง 2 ชั่วโมง จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 26.5 30 นาที ถึง 1 ชั่วโมง จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 22.1 และน้อยกว่า 30 นาที จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.6 (ตารางที่ 25 ภาคผนวก ก.)

สื่อหนังสือพิมพ์ จากจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 416 คน พบว่ามีผู้อ่านหนังสือพิมพ์ จำนวน 267 คน คิดเป็นร้อยละ 64.2 และผู้ที่ไม่อ่านหนังสือพิมพ์ จำนวน 149 คน คิดเป็นร้อยละ 35.8 (ตารางที่ 31 ภาคผนวก ก.)

สำหรับความบ่อยครั้งในการอ่านหนังสือพิมพ์ในเรื่องทั่ว ๆ ไปนั้น มีผู้อ่านหนังสือพิมพ์ทุกวัน จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 18.3 อ่าน 3 ถึง 6 วันต่อสัปดาห์ จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 9.1 อ่าน 1 ถึง 2 วันต่อสัปดาห์ จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 20.9 อ่าน 8 ถึง 10 วันต่อครั้ง จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.1 และนานกว่านั้น จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 10.8 (ตารางที่ 32 ภาคผนวก ก.)

ส่วนระยะเวลาในการอ่านหนังสือพิมพ์ในแต่ละครั้ง มีดังนี้ อ่านหนังสือพิมพ์มากกว่า 30 นาที จำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 26.3 อ่านมากกว่า 20 ถึง 30 นาที จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 7.9 อ่านมากกว่า 10 ถึง 20 นาที จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 15.6 อ่าน 5 ถึง 10 นาที จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 11.3 อ่านน้อยกว่า 5 นาที จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.1 (ตารางที่ 33 ภาคผนวก ก.)

สื่อนิตยสาร จากจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 416 คน พบว่ามีผู้ที่อ่านนิตยสาร จำนวน 172 คน คิดเป็นร้อยละ 41.3 และผู้ที่ไม่อ่านนิตยสาร จำนวน 244 คน คิดเป็นร้อยละ 58.7 (ตารางที่ 38 ภาคผนวก ก.)

สำหรับความบ่อยครั้งในการอ่านนิตยสารในเรื่องทั่ว ๆ ไปนั้น มีผู้อ่านนิตยสารทุกวัน จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.0 อ่าน 3 ถึง 6 วันต่อสัปดาห์ จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.0 อ่าน 1 ถึง 2 วันต่อสัปดาห์ จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 17.8 อ่าน 8 ถึง 10 วันต่อครั้ง จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 4.6 และนานกว่านั้น จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 7.9 (ตารางที่ 39 ภาคผนวก ก.)

ส่วนระยะเวลาในการอ่านนิตยสารในแต่ละครั้ง มีดังนี้ อ่านนิตยสารมากกว่า 30 นาที จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 17.1 อ่านมากกว่า 20 ถึง 30 นาที จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.0 อ่านมากกว่า 10 ถึง 20 นาที จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 9.8 อ่าน 5 ถึง 10 นาที จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 7.0 อ่านน้อยกว่า 5 นาที จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.4 (ตารางที่ 40 ภาคผนวก ก.)

สื่อเอกสารสิ่งพิมพ์ จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 416 คน พบว่ามีผู้ที่อ่านเอกสารสิ่งพิมพ์จำนวน 251 คน คิดเป็นร้อยละ 60.3 และผู้ที่ไม่อ่านเอกสารสิ่งพิมพ์ จำนวน 165 คน คิดเป็นร้อยละ 39.7 (ตารางที่ 44 ภาคผนวก ก.)

สำหรับความบ่อยครั้งในการอ่านเอกสารสิ่งพิมพ์ในเรื่องทั่ว ๆ ไปนั้น มีผู้ที่อ่านทุกวันจำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 7.0 อ่าน 3 ถึง 6 วันต่อสัปดาห์ จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 7.0 อ่าน 1 ถึง 2 วันต่อสัปดาห์ จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 16.1 อ่าน 8 ถึง 10 วันต่อครั้ง จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 8.4 และนานกว่านั้น จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 21.8 (ตารางที่ 45 ภาคผนวก ก.)

ส่วนระยะเวลาในการอ่านเอกสารสิ่งพิมพ์ในแต่ละครั้ง มีดังนี้ อ่านมากกว่า 15 นาที จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 9.4 อ่านมากกว่า 10 ถึง 15 นาที จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 6.7 อ่านมากกว่า 5 ถึง 10 นาที จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 10.6 อ่านมากกว่า 1 ถึง 5 นาที จำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 28.3 และอ่านน้อยกว่า 1 นาที จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5.3 (ตารางที่ 46 ภาคผนวก ก.)

สื่อบุคคล จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 416 คน พบว่าความบ่อยครั้งในการพูดคุยกับบุคคลอื่น ๆ ในเรื่องทั่ว ๆ ไปนั้น มีผู้ที่พูดคุยกับผู้อื่นทุกวัน จำนวน 308 คน คิดเป็นร้อยละ 74.0 พูดคุย 3 ถึง 6 วัน ต่อสัปดาห์ จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 8.7 พูดคุย 1 ถึง 2 วัน ต่อสัปดาห์ จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 8.0 คน พูดคุย 8 ถึง 10 วันต่อครั้ง จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.3 และนานกว่านั้น จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.0 (ตารางที่ 52 ภาคผนวก ก.)

ส่วนระยะเวลาในการพูดคุยกับบุคคลอื่น ๆ ในแต่ละครั้ง มีดังนี้ พูดคุยมากกว่า 1 ชั่วโมง จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 25.5 มากกว่า 45 นาที ถึง 1 ชั่วโมง จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 13.7 มากกว่า 30 นาทีถึง 45 นาที จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 13.7 15 นาทีถึง 30 นาที จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 28.8 และน้อยกว่า 15 นาที จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 18.3 (ตารางที่ 53 ภาคผนวก ก.)

3. การเปิดรับการสื่อสารเรื่องเกี่ยวกับการออม จำแนกตามประเภทของสื่อชนิดต่าง ๆ ดังนี้

สื่อวิทยุ จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 416 คน พบว่ามีผู้ที่รับฟังเรื่องเกี่ยวกับการออมจากวิทยุ จำนวน 193 คน คิดเป็นร้อยละ 46.4 และผู้ที่ไม่เคยรับฟังเรื่องเกี่ยวกับการออมจากวิทยุ จำนวน 223 คน คิดเป็นร้อยละ 53.6 (ตารางที่ 21 ภาคผนวก ก.)

สำหรับความบ่อยครั้งในการได้รับฟังเรื่องเกี่ยวกับการออมจากวิทยุมีดังนี้ ได้ฟังสัปดาห์ละ 4 ถึง 7 ครั้ง จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 4.8 สัปดาห์ละ 2 ถึง 3 ครั้งจำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 9.1 1 ถึง 2 สัปดาห์ต่อครั้ง จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 11.3 3 ถึง 4 สัปดาห์ต่อครั้ง จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 4.6 และนานกว่านั้น จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 16.6 (ตารางที่ 22 ภาคผนวก ก.)

สื่อโทรทัศน์ จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 416 คน พบว่ามีผู้ที่เคยดูเรื่องเกี่ยวกับการออมจากโทรทัศน์ จำนวน 234 คน คิดเป็นร้อยละ 56.2 และไม่เคยดูเรื่องเกี่ยวกับการออมจากโทรทัศน์ จำนวน 182 คน คิดเป็นร้อยละ 43.8 (ตารางที่ 29 ภาคผนวก ก.)

สำหรับความบ่อยครั้งในการดูเรื่องเกี่ยวกับการออมจากโทรทัศน์ มีดังนี้ ดูสัปดาห์ละ 4 ถึง 7 ครั้ง จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 6.7 สัปดาห์ละ 2 ถึง 3 ครั้ง จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 8.9 1 ถึง 2 สัปดาห์ต่อครั้ง จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 13.7 3 ถึง 4 สัปดาห์ต่อครั้ง จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 9.9 และนานกว่านั้น จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 17.1 (ตารางที่ 30 ภาคผนวก ก.)

สื่อหนังสือพิมพ์ จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 416 คน พบว่ามีผู้ที่เคยอ่านเรื่องเกี่ยวกับการออมจากหนังสือพิมพ์ จำนวน 142 คน คิดเป็นร้อยละ 34.1 และผู้ที่ไม่เคยอ่านเรื่องเกี่ยวกับการออมจากหนังสือพิมพ์ จำนวน 274 คน คิดเป็นร้อยละ 65.9 (ตารางที่ 36 ภาคผนวก ก.)

สำหรับความบ่อยครั้งในการอ่านเรื่องเกี่ยวกับการออมจากหนังสือพิมพ์ มีดังนี้ สัปดาห์ละ 4 ถึง 7 ครั้ง จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 4.7 สัปดาห์ละ 2 ถึง 3 ครั้ง จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 5.8 1 ถึง 2 สัปดาห์ต่อครั้ง จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 8.9 3 ถึง 4 สัปดาห์ต่อครั้ง จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 5.8 และนานกว่านั้นจำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 8.9 (ตารางที่ 37 ภาคผนวก ก.)

สื่อนิเทศสาร จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 416 คน พบว่ามีผู้ที่เคยอ่านเรื่องเกี่ยวกับการออมจากหนังสือนิเทศสาร จำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 24.3 และมีผู้ที่ไม่เคยอ่านเรื่องเกี่ยวกับการออมจากนิเทศสาร จำนวน 315 คน คิดเป็นร้อยละ 75.7 (ตารางที่ 42 ภาคผนวก ก.)

สำหรับความบ่อยครั้งในการอ่านเรื่องเกี่ยวกับการออมจากนิเทศสาร มีดังนี้ สัปดาห์ละ 4 ถึง 7 ครั้ง จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.1 สัปดาห์ละ 2 ถึง 3 ครั้ง จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.4 1 ถึง 2 สัปดาห์ต่อครั้ง จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 7.5 3 ถึง 4 สัปดาห์ต่อครั้ง จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.6 และนานกว่านั้นจำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 6.7 (ตารางที่ 43 ภาคผนวก ก.)

สื่อเอกสารสิ่งพิมพ์ จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 416 คน พบว่ามีผู้ที่เคยอ่านเรื่องเกี่ยวกับการออมจากเอกสารสิ่งพิมพ์ จำนวน 187 คน คิดเป็นร้อยละ 44.9 และผู้ที่ไม่เคยอ่านเรื่องเกี่ยวกับการออมจากเอกสารสิ่งพิมพ์ จำนวน 229 คน คิดเป็นร้อยละ 55.1 (ตารางที่ 48 ภาคผนวก ก.)

สำหรับความบ่อยครั้งในการอ่านเรื่องเกี่ยวกับการออมจากเอกสารสิ่งพิมพ์ มีดังนี้ สัปดาห์ละ 4 ถึง 7 ครั้ง จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.6 สัปดาห์ละ 2 ถึง 3 ครั้ง จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 4.1 1 ถึง 2 สัปดาห์ต่อครั้ง จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 11.3 3 ถึง 4 สัปดาห์ต่อครั้ง จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.2 และนานกว่านั้น จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 18.8 (ตารางที่ 50 ภาคผนวก ก.)

สื่อบุคคล จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 416 คน พบว่าความบ่อยครั้งในการพูดคุยเรื่องเกี่ยวกับการออมกับบุคคลอื่น ๆ มีดังนี้ สัปดาห์ละ 4 ถึง 7 ครั้ง จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5.3 สัปดาห์ละ 2 ถึง 3 ครั้ง จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 11.0 1 ถึง 2 สัปดาห์ต่อครั้ง จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 24.0 3 ถึง 4 สัปดาห์ต่อครั้ง จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 13.5 และนานกว่านั้น จำนวน 192 คน คิดเป็นร้อยละ 46.2 (ตารางที่ 52 ภาคผนวก ก.)

4. ระดับความรู้ของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับการออม ผู้วิจัยได้แบ่งระดับความรู้เกี่ยวกับการออมไว้ เป็น 3 ระดับ ดังนี้

ระดับต่ำ คือผู้ที่มีคะแนนอยู่ระหว่าง 1 ถึง 3 คะแนน

ระดับปานกลาง คือผู้ที่มีคะแนนอยู่ระหว่าง 4 ถึง 7 คะแนน

ระดับสูง คือผู้ที่มีคะแนนอยู่ระหว่าง 8 ถึง 10 คะแนน

ซึ่งสามารถสรุปผลจากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 416 คน พบว่า ผู้ที่มีความรู้เกี่ยวกับการออมในระดับต่ำ มีจำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 13.9 ระดับปานกลาง จำนวน 189 คน คิดเป็นร้อยละ 45.5 และระดับสูง จำนวน 169 คน คิดเป็นร้อยละ 40.6 (ตารางที่ 58 ภาคผนวก ก.)

5. ระดับทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับการออม ผู้วิจัยได้แบ่งระดับทัศนคติเกี่ยวกับการออมไว้เป็น 3 ระดับ ดังนี้

ทัศนคติไม่ดี คือผู้ที่มีคะแนนอยู่ระหว่าง 1.00 ถึง 1.50

ทัศนคติด้านกลาง คือผู้ที่มีคะแนนอยู่ระหว่าง 1.51 ถึง 2.50

ทัศนคติดี คือผู้ที่มีคะแนนอยู่ระหว่าง 2.50 ถึง 3.00

ซึ่งสามารถสรุปผลจากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 416 คน พบว่าผู้ที่มีทัศนคติไม่ดีเกี่ยวกับการออม มีจำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 11.6 ทัศนคติด้านกลาง จำนวน 325 คน คิดเป็นร้อยละ 78.1 และทัศนคติดีจำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 10.3 (ตารางที่ 59 ภาคผนวก ก.)

6. พฤติกรรมการออม จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 416 คน พบว่าผู้ที่มีพฤติกรรมการออมในการออม มีจำนวน 349 คน คิดเป็นร้อยละ 83.9 และผู้ที่ไม่พฤติกรรมการออม มีจำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 16.1 (ตารางที่ 60 ภาคผนวก ก.)

7. เหตุผลที่มีพฤติกรรมการออม จากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 349 มีดังนี้ เพื่อป้องกันการสูญหาย จำนวน 163 คน คิดเป็นร้อยละ 17.1 เพื่อไว้ใช้ในยามเจ็บป่วยหรือชรา จำนวน 290 คน คิดเป็นร้อยละ 30.3 เพื่อสะสมไว้ซื้อทรัพย์สินหรือเครื่องมือประกอบอาชีพ จำนวน 190 คน คิดเป็นร้อยละ 19.9 เพื่อไถ่ถอนหนี้สิน จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 8.3

เพื่อเป็นหลักประกันในการกู้ยืมเงิน จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 4.3 เพื่อการศึกษา จำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 12.8 และอื่น ๆ จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.3 (ตารางที่ 62 ภาคผนวก ก.)

8. เหตุผลที่ไม่มีพฤติกรรมการออม จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 67 คน พบว่า เหตุผลที่ไม่มีพฤติกรรมการออม มีดังนี้ รายได้น้อย จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 13.9 ไม่เข้าใจวิธีการจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.2 ไม่อยากยุ่งยากเสียเวลาในการติดต่อ จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.8 ได้ผลตอบแทนน้อย จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.2 และเหตุผลอื่น ๆ ไม่มี (ตารางที่ 64 ภาคผนวก ก.)

9. การถ่ายทอดข่าวสารเรื่องการออมไปสู่บุคคลอื่น ๆ จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 416 คน พบว่ามีการถ่ายทอดข่าวสารเรื่องการออมกับบุคคลอื่น ๆ จำนวน 220 คน คิดเป็นร้อยละ 52.9 และไม่มีการถ่ายทอดข่าวสารเรื่องการออมกับบุคคลอื่น ๆ จำนวน 196 คน คิดเป็นร้อยละ 47.1 (ตารางที่ 65 ภาคผนวก ก.)

## ตอนที่ 2 การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 1 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อมีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับการออมของประชาชน

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของปริมาณการเปิดรับการสื่อสารจากสื่อมวลชน ซึ่งหมายถึงวิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร และสื่อเอกสารสิ่งพิมพ์ ซึ่งหมายถึงโปสเตอร์ แผ่นพับ จดหมายข่าว ป้ายผ้า และใบปลิว รวมทั้งสื่อบุคคลซึ่งหมายถึงการสื่อสารระหว่างบุคคล กับความรู้เกี่ยวกับการออมของประชาชน โดยแยกพิจารณาเป็นรายสื่อแล้ว พบว่า ปริมาณการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับความรู้เกี่ยวกับการออมในเชิงลบ ที่ระดับ .001 สื่อ นิตยสารมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับความรู้เกี่ยวกับการออมในเชิงลบที่ระดับ .05 และสื่อเอกสารสิ่งพิมพ์มีความ

สัมพัทธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับความรู้เกี่ยวกับการออมในเชิงบวกที่ระดับ .01 แต่ค่าความสัมพัทธ์ของสื่อทั้ง 3 ประเภทอยู่ในระดับต่ำมาก

ดังรายละเอียดที่ปรากฏในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อจากสื่อมวลชน สื่อเอกสารสิ่งพิมพ์ และสื่อบุคคล กับความรู้เกี่ยวกับการออม

ชนิดของสื่อ	จำนวน	ค่าสหสัมพันธ์ กับความรู้	P
วิทยุ	364	0.0298	0.285
โทรทัศน์	387	-0.0595	0.122
หนังสือพิมพ์	267	-0.2240***	0.000
นิตยสาร	172	-0.1286*	0.046
เอกสารสิ่งพิมพ์	251	0.1729**	0.003
การสื่อสารระหว่างบุคคล	416	-0.0099	0.420

\*\*\* มีนัยสำคัญระดับ .001

\*\* มีนัยสำคัญระดับ .01

\* มีนัยสำคัญระดับ .05

สมมติฐานข้อที่ 2 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ มีความสัมพันธ์กับทัศนคติเกี่ยวกับการออมของประชาชน

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของพฤติกรรมการเปิดรับการสื่อสารจากสื่อมวลชน สื่อเอกสารสิ่งพิมพ์ และสื่อบุคคล กับทัศนคติเกี่ยวกับการออมของประชาชน โดยแยกพิจารณาตามประเภทของสื่อพบว่าปริมาณการเปิดรับสื่อวิทยุมีความสัมพันธ์กับทัศนคติเกี่ยวกับการออมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในเชิงบวกที่ระดับ .01 แต่ค่าความสัมพัทธ์อยู่ในระดับต่ำมาก

ดังรายละเอียดที่ปรากฏในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อจากสื่อมวลชน สื่อเอกสารสิ่งพิมพ์และสื่อบุคคลกับทัศนคติเกี่ยวกับการออม

ชนิดของสื่อ	จำนวน	ค่าสหสัมพันธ์กับทัศนคติ	P
วิทยุ	364	-0.1390**	0.004
โทรทัศน์	387	0.0104	0.419
หนังสือพิมพ์	267	0.0651	0.145
นิตยสาร	172	0.0183	0.406
เอกสารสิ่งพิมพ์	251	0.0228	0.360
การสื่อสารระหว่างบุคคล	416	0.0465	0.172

\*\* มีนัยสำคัญระดับ .01

สมมติฐานข้อที่ 3 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการออมของประชาชน

จากการพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของพฤติกรรมการเปิดรับการสื่อสารจากสื่อมวลชน สื่อเอกสารสิ่งพิมพ์ และสื่อบุคคลกับพฤติกรรมการออมของประชาชน เมื่อพิจารณาแยกตามประเภทของสื่อ พบว่า ปริมาณการเปิดรับสื่อโทรทัศน์มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับพฤติกรรมการออมในเชิงบวก ที่ระดับ .05 สื่อหนังสือพิมพ์มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับพฤติกรรมการออมในเชิงบวกที่ระดับ .05 และการสื่อสารระหว่างบุคคลมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับพฤติกรรมการออมในเชิงบวกที่ระดับ .01 แต่ค่าความสัมพันธ์ของสื่อทั้ง 3 ประเภทที่พบยังอยู่ในระดับต่ำ

ดังรายละเอียดที่ปรากฏในตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อจากสื่อมวลชน สื่อเอกสารสิ่งพิมพ์และสื่อบุคคลกับพฤติกรรมการออม

ชนิดของสื่อ	จำนวน	ค่าสหสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการออม	P
วิทยุ	364	0.0373	0.239
โทรทัศน์	387	0.0890*	0.040
หนังสือพิมพ์	267	0.1141*	0.031
นิตยสาร	172	0.0585	0.223
เอกสารสิ่งพิมพ์	251	-0.0545	0.195
การสื่อสารระหว่างบุคคล	416	0.1223**	0.006

\*\* มีนัยสำคัญระดับ .01

\* มีนัยสำคัญระดับ .05

นอกจากนั้น จากการศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างความรู้เกี่ยวกับการออม ทักษะคิดเกี่ยวกับการออม และพฤติกรรมการออมสำหรับเป็นข้อมูลเหตุผลประกอบอื่น ๆ นอกเหนือจากการทดสอบสมมติฐานแล้ว ผู้วิจัยยังพบว่า ความรู้และทักษะคิดเกี่ยวกับการออมของประชาชนมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในเชิงลบ ที่ระดับ .01 และความรู้เกี่ยวกับการออมและพฤติกรรมเกี่ยวกับการออมของประชาชนมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในเชิงลบที่ระดับ .001

แต่ทักษะคิดเกี่ยวกับการออมและพฤติกรรมเกี่ยวกับการออมของประชาชนพบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ดังรายละเอียดปรากฏในตารางที่ 4

ตารางที่ 4 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างความรู้เกี่ยวกับการออมกับทัศนคติเกี่ยวกับการออม ความรู้เกี่ยวกับการออมกับพฤติกรรมการออม และทัศนคติเกี่ยวกับการออมกับพฤติกรรมการออม

	จำนวน	ค่าสหสัมพันธ์ กับความรู้	P	ค่าสหสัมพันธ์ กับทัศนคติ	P	ค่าสหสัมพันธ์ กับพฤติกรรมการ การออม	P
ความรู้	416	-	-	-0.1169**	0.009	-0.1697***	0.000
ทัศนคติ	416	-0.1169**	0.009	-	-	-0.0587	0.116

\*\*\* มีนัยสำคัญระดับ .001

\*\* มีนัยสำคัญระดับ .01

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย